(上接B7版)

【回复】:

(一)本次交易作价的合理性

南极电商主营业务是为众多小微电商及供应商提供品牌授权服务、电商生态综合服务、柔性供应链园区服务,并经营货品销售业务的现代综合服务商。其主要盈利来源于品牌授权服务及电商生态综合服务,属商务服务行业,为轻资产运营。

本次交易的拟购买资产南极电商截至评估基准日2015年6月30日的收益法评估值为234,382.40万元,评估增值率599.36%。根据Wind资讯统计,2015年度已完成的上市公司并购案例中,涉及商务服务行业或软件信息服务业之标的资产的交易数据如下:

单位:万元

序号	交易标的	收购方	标的所属行业	交易价格	平均市盈率注	市净率
1	联创智融100%股权	润和软件(300339.SZ)	互联网软件与服务	219,774.69	13.62	11.10
2	长实通信100%股权	茂业物流(000889.SZ)	信息科技咨询与其它服务	120,000.00	10.99	10.62
3	高升科技100%股权	蓝鼎控股(000971.SZ)	信息科技咨询与其它服务	150,000.00	13.64	23.08
4	深圳华商龙100%股权	英唐智控(300131.SZ)	技术产品经销商	114,500.00	8.18	4.35
5	六间房100%股权	宋城演艺(300144.SZ)	信息科技咨询与其它服务	260,205.10	12.25	68.87
6	神雾工业炉100%股权	神雾环保(300156.SZ)	信息科技咨询与其它服务	187,000.00	9.15	12.06
7	博韬伟业100%股权	华鹏飞(300350.SZ)	互联网软件与服务	135,000.00	10.42	7.52
8	百孚思100%股权;上海同立100%股权;华邑众为100%股权;雨林木风100%股权;派瑞威行100%股权	科达股份(600986.SH)	广告,互联网软件与服务	294,300.00	11.13	8.43
平均值					11.17	18.25
9	南极电商	新民科技(002127.SZ)	综合服务业	234,382.40	10.04	6.99

注:数据来源Wind资讯;平均市盈率=交易价格/平均净利润,其中平均净利润为交易标的已披露的三年承诺业绩的平均净利润。

本次交易中,交易标的南极电商的估值对应的平均市盈率为10.04,市净率为6.99,均低于近期市场可比交易案例的平均市盈率(11.17)及平均市净率(18.25)。

(二)核查意见

经核查,独立财务顾问及中水致远认为,南极电商收益法评估值234,382.40万元,评估增值率599.36%,与近期市场可比交易市盈率、市净率水平相比,是谨慎、合理的。

(三)《重组报告书》补充披露情况

补充披露了本次交易作价的合理性,更新了重组报告书中的相应部分,并增加了中介机构核查意见,详见重组报告书"第七章 本次交易的评估情况说明"之"第三节 本次交易定价依据及公平合理性分析"之"三、拟购买资产的定价依据及公平合理性分析"之"(二)拟购买资产定价的公平合理性及公允性分析"的相关内容。

二十三、申请材料显示,南极电商收入主要包括品牌服务费、标牌使用费、货品销售、园区平台服务费。请你公司结合价格和数量因素,进一步量化分析并补充披露南极电商各类业务收入测算依据、测算过程。请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

【回复】:

(一)品牌服务费、标牌使用费的测算依据及测算过程

1、测算依据

在对南极电商品牌服务费、标牌使用费类业务的收入进行测算时,以南极电商历史销售数据为基础,结合南极电商品牌产品在各大电商平台推广情况及终端销售增速,以及近三年又一期南极电商授权供应商和经销商队伍的扩充速度、不同发展阶段的类目产品的成长速度,根据目前电商行业的发展情况以及授权供应商的品类生产计划,预测出未来各类业务的销售数量。并以报告期内各品类产品对应的品牌服务费和标牌使用费平均单价为基础,测算出品牌服务费、标牌使用费业务的收入情况。

(1)电子商务服务行业发展展望

根据艾瑞统计数据及中国电子商务研究中心发布《2014年度中国电子商务市场数据监测报告》显示,2011年至2014年中国电子商务市场交易规模复合增长率达27.93%;2014年度网络零售市场交易规模达2.82万亿元,同比增长49.7%。

随着网购用户、网购规模、支付规模的增长,将对相应的电子商务服务需求不断增加,支付服务、物流服务、数据分析、营销策划等服务市场将不断扩大,电子商务服务市场整体将保持高速增长态势,可预见未来的几年电子商务服务行业将呈现更大的繁荣。

(2)南极电商在电商平台的拓展情况

南极电商的电商生态服务平台以"服务千万小微电商,让天下没有难做的电商"为目标,目前已与阿里(含淘宝、天猫)、唯品会、京东、苏宁、1号店、QQ商城、当当、聚美优品、卓越亚马逊、ebay等电商平台建立合作,并取得良好的销售业绩。

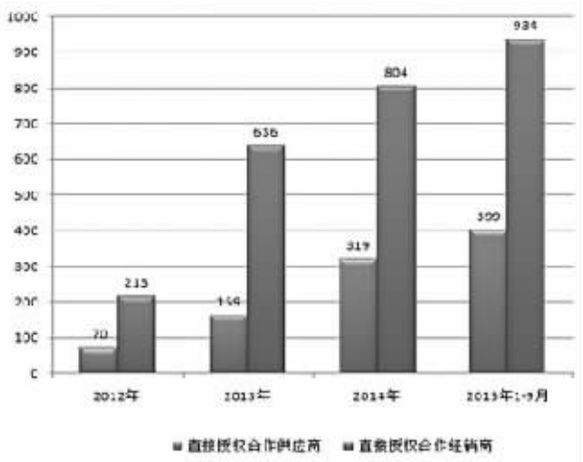
根据淘宝数据魔方软件统计分析,南极人品牌产品2012年度至2014年度,以及2015年1-9月,在阿里平台的终端销售情况如下:

数据来源:淘宝数据魔方

如上图所示,2012年度至2014年度,南极人品牌产品在阿里平台的销售额分别为6.11亿元、12.25亿元、17.62亿元,复合增长率为69.82%;最近四年(2012年至2015年)的1-9月销售额分别为1.05亿元、3.69亿元、6.46亿元和14.68亿元,复合增长率为140.90%。

(3)授权供应商和授权经销商拓展情况

截至2015年9月30日,南极电商直接授权合作的供应商和经销商数量呈上升趋势,相应数量变化如下:



如上图所示,2012年度至2014年度,南极电商的直接授权合作供应商数量的复合增长率为113.47%;南极电商的直接授权合作经销商数量的复合增长率为94.28%。南极电商授权供应商及经销商队伍的日趋壮大是传统制造业和线上零售行业竞争日益加剧的结果,显示出南极电商在品牌运营和服务管理方面的丰富经验,及其电商服务平台的凝聚力。

为了更好地服务南极人共同体内的授权供应商及授权经销商,南极电商成立了一系列以服务为中心的专业化团队和部门,以提高南极人共同体内经销商、供应商的综合竞争实力。南极电商旗下的南极人品牌产品(如内衣、家纺、童装、男女服装及部分日用消费品)在各大电商平台销售处于行业前列。未来,南极电商将通过供应链深度管理为南极人共同体内的供应商、经销商提供技术和服务支持,进一步提升品牌影响力。

(4)南极电商各类目产品的成长情况

根据淘宝数据魔方软件统计分析,在阿里(含淘宝、天猫)平台各主要一级类目中,南极人品牌产品的销售在2013年度、2014年度的增长率分别为95.50%、59.27%,2015年上半年的各主要一级类目的销售合计已占2014年度的80.96%,说明南极人品牌产品终端需求旺盛,持续高增长可期。南极人产品市场需求分析表如下:

单位:万元

行业名称		2012年7-12月	2013年	2014年	2015年1-9月
女士内衣/男士内衣/家居服	行业TOP10	199,713.00	377,948.74	439,031.01	302,008.15
	南极人	52,832.77	89,977.08	101,571.95	64,961.60
	占比	26.45%	23.81%	23.14%	21.51%
童装/婴儿装/亲子装	行业TOP10	55,044.91	122,704.13	188,467.53	136,482.84
	南极人	118.48	6,675.47	22,611.22	13,558.93
	占比	0.22%	5.44%	12.00%	9.93%
女装/女士精品	行业TOP10	225,617.89	557,351.46	719,725.57	451,157.45
	南极人	884.96	4,255.22	9,908.01	10,514.05
	占比	0.39%	0.76%	1.38%	2.33%
男装	行业TOP10	257,837.29	762,586.56	988,905.40	661,756.22
	南极人	1,338.63	6,955.67	18,395.04	16,357.93
	占比	0.52%	0.91%	1.86%	2.47%
床上用品	行业TOP10	4,732.41	7,570.39	310,093.09	238,775.15
	南极人	–	–	16,735.44	27,197.90
	占比	–	–	5.40%	11.39%
尿片/洗护/喂哺/推车床	行业TOP10	109,334.36	306,394.32	435,336.20	340,930.07
	南极人	–	1.65	2,326.58	5,887.53
	占比	–	–	0.53%	1.73%
户外/登山/野营/旅行用品	行业TOP10	85,146.09	215,692.94	228,184.74	172,829.47
	南极人	–	–	246.98	601.51
	占比	–	–	0.11%	0.35%

综上所述,南极电商作为一家电商综合服务商,其品牌产品终端销售保持着快速的增长速度,其丰富的品牌运营经验和综合服务能力得到更多的授权供应商和授权经销商的认同,电商综合服务平台凝聚力不断加强。在拓展众多电商平台的同时,南极电商品牌产品的类目及种类日趋多样,保证了产品的迭代和销售的持续高增长。

2、测算过程

(1)价格的选择

南极电商报告期内,标牌使用费平均单价如下:

单位:元/件

辅料品种	2015年1-6月	2014年	2013年	2012年
吊粒	0.13	0.11	0.10	0.12
吊牌	0.22	0.14	0.13	0.04
防伪标	0.09	0.08	0.08	0.05
合格证	0.18	0.11	0.11	0.07
商标	0.14	0.15	0.15	0.10
包装防伪标	0.06	0.06		

在实际生产中,上表辅料品种在不同品类产品(内衣、家纺、童装、男装、女装等)中被部分或全部使用,具体产品对应同一辅料品种的价格也会因品质差异而有较大不同。选取报告期内南极电商各类目产品对应的平均辅料单价作为计算标牌使用费的单价基础;选取报告期内南极电商各类目产品对应的平均品牌服务费作为计算品牌服务费的单价基础。南极电商20大类目产品在预测期内的加权平均标牌使用费单价为0.40元左右,品牌服务费单价为1.00元左右,剔除类目产品结构因素,单价的选取与报告期内品牌产品的平均单价相匹配,参数选择谨慎、合理。

(2)领标数量的测算

随着网络零售规模的快速增长,以及南极电商综合服务能力的提升,未来南极电商品牌产品的销售量能够保持目前快速的增长速度。在激烈的市场竞争环境下,供应商更倾向以销定产,终端市场销量将直接影响供应链前段的商品输入,并进而影响标牌的申领数量。根据授权供应商预计的近期生产计划,并参考南极电商在阿里平台销售的年复合增长率(69.82%),测2015年度南极电商授权供应商申领的标牌数量为12738.63万套,较2014年度增长50.97%,较2013年度增长29.82%。具体类目产品的市场标牌投放数量与其终端销售密不可分。同时各类目产品的销售增长速度与该类目线上销售所处的发展阶段有一定关系。南极电商20大类目产品根据各类目线上销售的不同发展阶段划分为三大类:

第一类 处于成熟期,市场份额大

主要为:女士内衣/男士内衣/家居服类目。

此类产品年增长率与整个内衣类目基本保持一致,南极人品牌产品占据阿里平台行业TOP10销售额的20%以上,销售量排名行业前列。

第二类 处于成长期,市场份额较大

主要为:童装/婴儿装/亲子装、女装/女士精品、男装等类目。

南极电商品牌产品中该类产品自2012年7月至2015年6月销量增长幅度远远大于阿里平台大类目的增长幅度,且占比逐年提高,主要得益于南极电商对该品类的市场开拓力度加大,市场处于上升期。

第三类 处于启动期,市场份额较小

主要为:床上用品、尿片/洗护/喂哺/推车床、户外/登山/野营/旅行用品、箱包、男鞋、女鞋等多个正处于启动期和成长期的类目。

根据南极电商历史销售经验,新增类目产品的线上销售启动期一般为3-6个月、成长期约1-2年、成熟期约3年,所以随着新增类目销售市场的逐渐成熟,南极电商在此阶段会有较大的增长幅度。

品牌服务费、标牌使用费收入具体测算过程如下:

序号	类目	类别	2015年7-12月	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
1	女士内衣/男士内衣/家居服	销售数量(件)	87,073,244	129,913,000	150,699,000	162,755,000	172,521,000	177,696,000
		品牌服务费单价(元/件)	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	0.66
		品牌服务费收入(元)	57,468,341	85,482,932	99,160,201	107,093,017	113,518,598	116,924,156
		标牌使用费单价(元/件)	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28
		标牌使用费收入(元)	24,393,088	36,635,542	42,497,229	45,897,007	48,650,828	50,110,352
		合 计(元)	81,861,429	122,118,474	141,657,430	152,990,024	162,169,425	167,034,508
2	童装/婴儿装/亲子装	销售数量(件)	8,264,682	20,357,000	30,536,000	33,589,000	35,605,000	37,029,000
		品牌服务费单价(元/件)	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
		品牌服务费收入(元)	16,529,363	40,714,356	61,071,534	67,178,687	71,209,408	74,057,785
		标牌使用费单价(元/件)	0.40	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
		标牌使用费收入(元)	3,320,600	10,178,589	15,267,883	16,794,672	17,802,352	18,514,446
		合 计(元)	19,849,964	50,892,945	76,339,417	83,973,359	89,011,760	92,572,231
3	女装/女士精品	销售数量(件)	7,449,380	12,391,000	16,108,000	18,041,000	19,845,000	20,837,000
		品牌服务费单价(元/件)	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40
		品牌服务费收入(元)	10,429,132	17,396,424	22,615,362	25,329,205	27,862,126	29,255,232
		标牌使用费单价(元/件)	1.18	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
		标牌使用费收入(元)	8,819,444	14,819,176	19,264,938	21,576,731	23,734,404	24,921,124
		合 计(元)	19,248,577	32,215,600	41,880,300	46,905,936	51,596,530	54,176,356
4	男装	销售数量(件)	8,311,911	19,915,000	29,872,000	33,457,000	36,802,000	38,643,000
		品牌服务费单价(元/件)	2.40	2.40	2.40	2.40	2.40	2.40
		品牌服务费收入(元)	19,948,585	47,795,400	71,693,100	80,296,272	88,325,899	92,742,194
		标牌使用费单价(元/件)	0.72	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
		标牌使用费收入(元)	5,980,088	15,931,800	23,897,700	26,765,424	29,441,966	30,914,065
		合 计(元)	25,928,673	63,727,200	95,590,800	107,061,696	117,767,866	123,656,259
5	床上用品	销售数量(件)	3,897,000	12,435,057	17,409,086	20,020,457	22,022,514	23,784,314
		品牌服务费单价(元/件)	2.72	2.80	2.80	2.80	2.80	2.80
		品牌服务费收入(元)	10,617,475	34,818,160	48,745,440	56,057,280	61,663,040	66,596,080
		标牌使用费单价(元/件)	0.72	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
		标牌使用费收入(元)	2,813,983	8,704,540	12,186,360	14,014,320	15,415,760	16,649,020
		合 计(元)	13,431,457	43,522,700	60,931,800	70,071,600	77,078,800	83,245,100
6	尿片/洗护/喂哺/推车床	销售数量(件)	2,057,040	5,998,286	10,796,914	11,876,606	12,589,202	12,966,878
		品牌服务费单价(元/件)	3.27	2.97	2.98	2.97	2.98	2.98
		品牌服务费收入(元)	6,726,042	17,844,900	32,120,820	35,332,902	37,452,876	38,576,462
		标牌使用费单价(元/件)	0.29	0.52	0.53	0.52	0.53	0.53
		标牌使用费收入(元)	602,835	3,149,100	5,668,380	6,235,218	6,609,331	6,807,611
		合 计(元)	7,328,877	20,994,000	37,789,200	41,568,120	44,062,207	45,384,073
7	居家布艺	销售数量(件)	1,340,756	6,678,179	12,020,714	13,222,786	14,016,153	14,576,799
		品牌服务费单价(元/件)	2.45	2.52	2.52	2.52	2.52	2.52
		品牌服务费收入(元)	3,286,570	16,829,010	30,292,200	33,321,420	35,320,705	36,733,533
		标牌使用费单价(元/件)	0.37	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28
		标牌使用费收入(元)	493,813	1,869,890	3,365,800	3,702,380	3,924,523	4,081,504
		合 计(元)	3,780,383	18,698,900	33,658,000	37,023,800	39,245,228	40,815,037
8	孕妇装/孕产妇用品/营养	销售数量(件)	311,770	809,133	1,375,533	1,513,087	1,603,872	1,651,988
		品牌服务费单价(元/件)	0.98	0.98	0.98	0.97	0.97	0.98
		品牌服务费收入(元)	305,535	788,905	1,341,145	1,475,260	1,563,775	1,610,688
		标牌使用费单价(元/件)	0.54	0.53	0.53	0.52	0.52	0.53
		标牌使用费收入(元)	169,290	424,795	722,155	794,371	842,033	867,294
		合 计(元)	474,825	1,213,700	2,063,300	2,269,630	2,405,808	2,477,982
9	户外/登山/野营/旅行用品	销售数量(件)	49,821	217,700	348,320	452,816	543,379	597,717
		品牌服务费单价(元/件)	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
		品牌服务费收入(元)	59,785	261,240	417,984	543,379	652,055	717,260
		标牌使用费单价(元/件)	0.85	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
		标牌使用费收入(元)	42,173	174,160	278,656	362,253	434,703	478,174
		合 计(元)	101,958	435,400	696,640	905,632	1,086,758	1,195,434
10	玩具/模型/动漫/早教/益智	销售数量(件)	295,981	855,526	1,368,842	1,779,494	2,135,393	2,348,933
		品牌服务费单价(元/件)	5.22	5.22	5.22	5.22	5.22	5.22
		品牌服务费收入(元)	1,545,023	4,465,847	7,145,355	9,288,961	11,146,753	12,261,429
		标牌使用费单价(元/件)	0.48	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58
		标牌使用费收入(元)	142,790	496,205	793,928	1,032,107	1,238,528	1,362,381
		合 计(元)	1,687,813	4,962,052	7,939,283	10,321,068	12,385,281	13,623,810
11	箱包皮具/热销女包/男包	销售数量(件)	219,995	630,099	1,134,178	1,247,596	1,322,452	1,362,125
		品牌服务费单价(元/件)	3.43	3.20	3.20	3.20	3.20	3.20
		品牌服务费收入(元)	753,483	2,016,317	3,629,370	3,992,307	4,231,846	4,358,801
		标牌使用费单价(元/件)	0.59	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
		标牌使用费收入(元)	128,779	504,079	907,343	998,077	1,057,961	1,089,700
		合 计(元)	882,263	2,520,396	4,536,713	4,990,384	5,289,807	5,448,501
12	服饰配件/皮带/帽子/围巾	销售数量(件)	474,690	2,039,375	3,059,063	3,303,788	3,502,015	3,607,075
		品牌服务费单价(元/件)	0.80	1.04	1.04	1.04	1.04	1.04
		品牌服务费收入(元)	379,752	2,120,950	3,181,425	3,435,939	3,642,095	3,751,358
		标牌使用费单价(元/件)	0.82	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56
		标牌使用费收入(元)	387,276	1,142,050	1,713,075	1,850,121	1,961,128	2,019,962
		合 计(元)	767,028	3,263,000	4,894,500	5,286,060	5,603,224	5,771,320
13	女鞋	销售数量(件)	260,222	935,942	1,684,696	1,937,401	2,131,141	2,259,009
		品牌服务费单价(元/件)	5.52	5.52	5.52	5.52	5.52	5.52
		品牌服务费收入(元)	1,436,427	5,166,402	9,299,523	10,694,451	11,763,896	12,469,730
		标牌使用费单价(元/件)	0.34	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
		标牌使用费收入(元)	89,127	449,252	808,654	929,952	1,022,948	1,084,324
		合 计(元)	1,525,554	5,615,654	10,108,177	11,624,404	12,786,844	13,554,055
14	流行男鞋	销售数量(件)	181,000	413,150	619,725	712,684	783,952	830,989
		品牌服务费单价(元/件)	0.29	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02
		品牌服务费收入(元)	52,269	1,660,863	2,491,295	2,864,989	3,151,488	3,340,577
		标牌使用费单价(元/件)	4.59	1.98	1.98	1.98	1.98	1.98
		标牌使用费收入(元)	830,769	818,037	1,227,056	1,411,114	1,552,225	1,645,359
		合 计(元)	883,038	2,478,900	3,718,350	4,276,103	4,703,713	4,985,936
15	童鞋/婴儿鞋/亲子鞋	销售数量(件)	79,306	252,806	455,051	523,309	575,640	604,422
		品牌服务费单价(元/件)	2.78	2.78	2.78	2.78	2.78	2.78
		品牌服务费收入(元)	220,472	703,813	1,266,863	1,456,892	1,602,582	1,682,711
		标牌使用费单价(元/件)	0.38	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42
		标牌使用费收入(元)	29,769	105,167	189,301	217,697	239,466	251,440
		合 计(元)	250,241	808,980	1,456,164	1,674,589	1,842,048	1,934,150
16	个人护理/保健/按摩器材	销售数量(件)	550,600	1,163,614	1,745,421	1,919,963	2,035,161	2,096,216
		品牌服务费单价(元/件)	1.54	1.54	1.54	1.54	1.54	1.54
		品牌服务费收入(元)	849,849	1,793,129	2,689,694	2,958,663	3,136,183	3,230,269
		标牌使用费单价(元/件)	0.75	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
		标牌使用费收入(元)	414,487	883,183	1,324,775	1,457,252	1,544,687	1,591,028
		合 计(元)	1,264,336	2,676,312	4,014,469	4,415,915	4,680,870	4,821,296
17	生活电器	销售数量(件)	395,290	533,125	959,625	1,103,569	1,213,926	1,286,761
		品牌服务费单价(元/件)	1.28	1.28	1.28	1.28	1.28	1.28
		品牌服务费收入(元)	505,971	682,400	1,228,320	1,412,568	1,553,825	1,647,054
		标牌使用费单价(元/件)	0.36	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32
		标牌使用费收入(元)	143,456	170,600	307,080	353,142	388,456	411,764
		合 计(元)	649,427	853,000	1,535,400	1,765,710	1,942,281	2,058,818
18	居家日用	销售数量(件)	1,150,000	3,270,784	4,906,175	5,396,793	5,720,601	5,892,219
		品牌服务费单价(元/件)	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27
		品牌服务费收入(元)	305,855	892,924	1,339,386	1,473,324	1,561,724	1,608,576
		标牌使用费单价(元/件)	0.07	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
		标牌使用费收入(元)	86,048	251,850	377,776	415,553	440,486	453,701
		合 计(元)	391,903	1,144,774	1,717,161	1,888,878	2,002,210	2,062,277
19	厨房电器	销售数量(件)		46,750	67,788	74,566	79,040	81,411
		品牌服务费单价(元/件)		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
		品牌服务费收入(元)		280,500	406,725	447,398	474,241	488,469
		标牌使用费单价(元/件)		2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
		标牌使用费收入(元)		93,500	135,575	149,133	158,080	162,823
		合 计(元)		374,000	542,300	596,530	632,322	651,291
20	餐饮具	销售数量(件)	137,490	217,337	282,538	310,792	329,439	339,323
		品牌服务费单价(元/件)	4.46	4.46	4.46	4.46	4.46	4.46
		品牌服务费收入(元)	613,208	970,192	1,261,250	1,387,375	1,470,618	1,514,736
		标牌使用费单价(元/件)	0.28	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34
		标牌使用费收入(元)	38,803	73,025	94,933	104,426	110,692	114,012
		合 计(元)	652,011	1,043,218	1,356,183	1,491,801	1,581,309	1,628,748
销售收入合计(元)			180,959,755	379,559,204	532,425,586	591,101,237	637,874,291	667,097,182

(二)货品销售的测算依据及测算过程

1、测算依据

自2012年至今,南极电商一直与唯品会保持着长期、稳定的合作关系。本次评估中,对唯品会的销售预测是根据南极电商与唯品会的全品类战略合作计划、在唯品会的活动专场数量、单场入货值、售卖比,扣除唯品会的销售提成后确认的,同时参照电子商务服装行业的发展趋势、南极电商以往与唯品会合作情况综合确定。

2、测算过程

(1)价格及产品结构的测算表

序号	产品名称	2013年度				2014年度				平均单价(元/件)	平均比例
		数量(万件)	单价(元/件)	收入(万元)	比例%	数量(万件)	单价(元/件)	收入(万元)	比例%		
1	内衣类	121.17	40.12	4,861.87	58.53%	145.92	49.95	7,288.15	68.79%	45.04	63.66%
2	儿童类	44.2	25.34	1,120.18	13.48%	59.14	25.57	1,512.41	14.28%	25.46	13.88%
3	裤类	51.18	12.67	648.51	7.81%	35.8	13.94	499.14	4.71%	13.31	6.26%
4	衬衣类	20.99	37.1	778.72	9.37%	5.95	52.84	314.19	2.97%	44.97	6.17%
5	休闲类	19.42	11.53	223.9	2.70%	9.51	20.79	197.67	1.87%	16.16	2.28%
6	袜类	47.38	4.98	236.18	2.84%	26.35	5.14	135.41	1.28%	5.06	2.06%
7	婴儿类	6.47	19.49	126.11	1.52%	9.72	21.93	213.17	2.01%	20.71	1.77%
8	羽绒类	0.34	115.66	39.29	0.47%	2.12	143.57	304.67	2.88%	129.61	1.67%
9	家居类	3.6	32.21	115.84	1.39%	1.88	41.51	78.03	0.74%	36.86	1.07%
10	配件类	5.41	22.92	123.94	1.49%	0.81	24.26	19.74	0.18%	23.49	0.84%
11	文胸类	2.78	9.34	26.01	0.31%	2.44	11.92	29.14	0.28%	10.63	0.29%
12	鞋类	1.01	6.53	6.59	0.08%	0.27	10.1	2.69	0.03%	8.32	0.05%
合计		323.95	25.64	8,307.15	100.00%	300.02	35.31	10,594.41	100.00%	–	100.00%

从上表中可知,货品销售的各品类产品在2013年度、2014年度的销售单价及占销售比重的波动幅度在合理范围,故选取2013年度及2014年度的品类产品平均单价及销售占比作为预测期货品销售业务的品类单价及产品结构预测依据。

(2)数量及收入的测算

在评估过程中,对唯品会的销售数量的预测是根据南极电商与唯品会的全品类战略合作计划、在唯品会的活动专场数量、单场入货值、售卖比,扣除唯品会的销售提成后确认的,同时参照电子商务服装行业的发展趋势、南极电商以往与唯品会合作情况综合确定。预测期货品销售计算过程如下:

预测期		衬衣类	儿童类	家居类	裤类	内衣类	配件类	袜类	文胸类	鞋类	休闲类	婴儿类	羽绒类	合计
2015年7-12月	数量(万件)	10.84	43.07	2.29	37.16	111.67	2.83	32.17	2.16	0.47	11.15	6.75	1.02	261.58
	单价(元/件)	44.97	25.46	36.92	13.31	45.04	23.45	5.06	10.61	8.40	16.16	20.72	129.36	30.20
	收入(万元)	487.49	1,096.65	84.54	494.6	5,029.75	66.37	162.76	22.91	3.95	180.14	139.85	131.95	7,900.96
2016年	数量(万件)	19.62	77.96	4.15	67.26	202.11	5.11	58.22	3.9	0.86	20.18	12.22	1.84	473.43
	单价(元/件)	44.97	25.46	36.87	13.31	45.04	23.51	5.06	10.63	8.31	16.16	20.71	129.79	30.20
	收入(万元)	882.3	1,984.81	153.01	895.16	9,103.23	120.12	294.58	41.47	7.15	326.03	253.11	238.81	14,299.78
2017年	数量(万件)	22.02	87.5	4.66	75.49	226.85	5.74	65.34	4.38	0.96	22.64	13.72	2.07	531.37
	单价(元/件)	44.97	25.46	36.85	13.31	45.04	23.49	5.06	10.63	8.35	16.16	20.71	129.48	30.20
	收入(万元)	990.27	2,227.70	171.73	1,004.71	10,217.26	134.82	330.62	46.54	8.02	365.93	284.08	268.03	16,049.71
2018年	数量(万件)	24.13	95.87	5.1	82.71	248.56	6.29	71.59	4.8	1.06	24.81	15.03	2.27	582.22
	单价(元/件)	44.97	25.46	36.90	13.31	45.04	23.48	5.06	10.63	8.29	16.16	20.71	129.37	30.20
	收入(万元)	1,085.04	2,440.90	188.17	1,100.87	11,195.07	147.72	362.27	51	8.79	400.95	311.27	293.68	17,585.73
2019年	数量(万件)	26.02	103.38	5.5	89.19	268.02	6.78	77.2	5.17	1.14	26.75	16.21	2.44	627.80
	单价(元/件)	44.97	25.46